

УДК 372.882

DOI: 10.26140/anip-2019-0803-0046

БУКТРЕЙЛЕР КАК СРЕДСТВО АКТИВИЗАЦИИ ЧИТАТЕЛЬСКОГО ИНТЕРЕСА СТУДЕНТОВ

© 2019

Никонова Надежда Ильинична, кандидат педагогических наук, доцент кафедры

«Методика преподавания русского языка и литературы»

Терентьева Виталина Викторовна, студентка 4 курса

Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова

(677000, Россия, Якутск, улица Белинского, 58, e-mail: nikon_nad@mail.ru)

Аннотация. Статья посвящена проблеме активизации чтения студентов педагогического направления. Образовательная среда вуза обладает богатым потенциалом для развития читательского интереса обучающихся как в учебной, так и в досуговой деятельности. От того, что и как читают студенты, напрямую зависит качество их профессиональной подготовки и возможности социализации в современных условиях цифровизации общества. Проблема чтения рассматривается в аспекте реализации творческих потенциалов студентов через создание буктрейлера. В статье даётся характеристика понятия «буктрейлер» в научных исследованиях, описаны этапы создания буктрейлера, охарактеризованы буктрейлеры, созданные и апробированные на практике в Северо-Восточном федеральном университете им. М. К. Аммосова. В исследовании применены качественный анализ статистических данных, анкетирование, изучение и анализ апробированных буктрейлеров, изучение и обобщение педагогического опыта. Результаты исследования заключаются в определении буктрейлера как эффективного средства развития читательского интереса студентов и реализации их творческого потенциала в информационной среде. В статье авторы приходят к выводу, что создание буктрейлеров способствует формированию «масштабных» компетенций будущих учителей русского языка и литературы, готовых реализовать их в профессиональной деятельности.

Ключевые слова: чтение, читательский интерес, читательская среда, творческая деятельность, цифровизация образовательной среды, мультимедийный рекламный продукт, буктрейлер, визуальное искусство.

BOOKTRAILER AS A MEANS OF ACTIVIZATION OF THE READING INTEREST OF STUDENTS

© 2019

Nikonova Nadeshda Ilinichna, candidate of pedagogical sciences, associate professor

of the department of «Russian language literature and teaching methodology»

Terentyeva Vitalina Viktorovna, 4th year student

North-Eastern federal university named after M.K. Ammosov

(677000, Russia, Yakutsk, st. Belinsky, 58, e-mail: nikon_nad@mail.ru)

Abstract. The article is devoted to the problem of enhancing reading students of the pedagogical direction. The educational environment of the university has a rich potential for the development of students interest in both academic and leisure activities. The quality of their professional training and the possibility of socialization in the modern conditions of digitalization of society directly depend on what and how students read. The problem of reading is considered in the aspect of realizing the creative potential of students through the creation of a book-trailer. The article describes the concept of «bukkreiler» in scientific research, describes the stages of building a trailer, characterizes the book trailers created and tested in practice at the Northeastern Federal University. M.K. Ammosova. The study applied a qualitative analysis of statistical data, questioning, studying and analyzing approved product trailers, studying and summarizing pedagogical experience. The results of the research consist in the definition of a book-trailer as an effective means of developing students' reading interest and realizing their creative potential in the information environment. In the article, the authors conclude that the creation of book trailers contributes to the formation of «large-scale» competencies of future teachers of Russian language and literature, ready to implement them in their professional activities.

Keywords: reading, reader interest, reading environment, creative activity, digitalization of educational environment, multimedia advertising product, book trailer, visual art.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами.

В условиях цифровизации общества, визуализации искусства, усиления зависимости человека от информационно-коммуникационной среды повышается роль информационно-коммуникационных средств, помогающих личностно-оперативно и продуктивно ориентироваться в электронной культурной реальности. Успешность современного человека (особенно молодого) в информационном обществе зависит от его владения компетенциями, «направленными на развитие навыков поиска разнообразной информации и способности осмысленно взаимодействовать с медийными и информационными каналами» [1, с. 149]. Информационная подготовка молодёжи, в первую очередь, связана с потреблением и созданием текстов в визуальной, звуковой, письменной формах [2]. Одним из таких средств формирования информационной грамотности обучающихся является создание буктрейлера, выступающего как новое средство «синтетического маркетингового жанра» [3, с. 209], понятного по своим целям и задачам молодёжи с «клиповым сознанием», некоего посредника между производителем и потребителем, продвигающим книгу в современной культуре.

Практическое применение буктрейлеров с начала XX века получило распространение не только в книжной ре-

кламной деятельности, но в том числе и в образовании, что обусловлено способностью визуального мультимедийного рекламного продукта влиять на сознание целевой аудитории, побуждать её к действию, формировать читательскую культуру современного человека. В начале XXI века буктрейлер как социокультурный феномен занял своё прочное место в арсенале методических приёмов, цель которых – мотивировать личность обучающегося к активной когнитивной деятельности.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешённых ранее частей общей проблемы.

Контент-анализ научной педагогической литературы (Волкова Н.В., Якина Л.Н., Щербинина Ю.В., Мохунь О.А. и другие) выявил, что буктрейлер, применяемый в образовательном процессе в качестве средства обучения, исследователи определяют как «инструмент книжной рекламы», «визуальное эссе» [3], «продукт мультимедиа», «жанр сетевого общения» [4], «это яркий, краткий видеоролик, визуализирующий самые запоминающиеся моменты литературного произведения» [5], «издательская стратегия» [6], «инновационный метод, повышающий читательский интерес» [7]. Большинство исследователей едины во мнении, что буктрейлер как

дидактическое средство в образовательном пространстве повышает читательский интерес, совершенствует читательские компетенции и коммуникативные навыки обучающихся.

В зарубежных изданиях последних лет актуализируется потенциал цифрового повествования историй в образовательном процессе. Так, в исследованиях Dimova M., Ibarra-Rius N., Ballester-Roca J., Aliagas-Marín C., Margallo A.M. и др. анализируются модели для цифровых книжных трейлеров и возможности их использования в образовательных целях [8], создание книжных трейлеров рассматривается как инструмент для приобретения и развития базовых компетенций будущих учителей [9], как средство развития литературных и технологических навыков учителей-стажёров [10].

Используемый в образовательном процессе вуза буктрейлер обретает культурную значимость, что позволяет педагогу моделировать обучение с целью формирования читательских, коммуникативных компетенций студентов, удовлетворения культурологических потребностей обучающихся, стимулирования, мотивации их познавательных интересов. При этом создание буктрейлера используется как учебное средство с богатым дидактическим потенциалом; сам буктрейлер выступает как конечный творческий продукт деятельности студента.

Формирование целей статьи (постановка задания).

С точки зрения поставленной проблемы проанализируем особенности буктрейлера как нового мультимедийного продукта, апробированного в практике организации образовательной деятельности по подготовке педагогических кадров Северо-Восточного федерального вуза (далее – СВФУ) с целью развития интереса к чтению студентов – будущих учителей русского языка и литературы [11].

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.

В контексте данного исследования буктрейлер возможно рассматривать как видеоролик, предваряющий знакомство с произведением, который «анонсирует содержание и оформление книги, прокламирует возможное удовольствие, а иногда – и утилитарную полезность» [12, с.210].

Буктрейлеры в короткой и яркой форме (не более двух минут) привлекают внимание читателя к книге, рекламируют её. Можно использовать приемы и стилистику рекламных роликов. Задача – привлечь книгу к современному человеку, мотивировать к прочтению. Перед тем как создавать собственные буктрейлеры, нужно посмотреть работы других.

Этапы подготовки буктрейлера достаточно просты: нужно прочитать книгу, подумать над тем, какие моменты, какие образы – самые яркие и привлекательные, написать сценарную основу, которая содержит:

- 1) текст (читают за кадром);
- 2) словесное описание того, что в этот момент зритель видит на экране;
- 3) ссылку на музыкальные фрагменты, которые будут сопровождать буктрейлер.

После чего приступить к съемке на любую доступную видеокамеру, включая мобильный телефон, осуществить монтаж. Начитать закадровый текст, в нужных местах подложить музыку.

Прежде чем приступить к созданию творческого продукта, необходимо помнить о специфических особенностях его:

- «перпендикулярность тексту» [13], т.е. описание собственной истории, а не копирование содержания книги;

- «тизерная реклама» [14], в основе рекламного сообщения лежит некая загадка;

- просветительская и мотивационная цель буктрейлера в образовательной среде.

Проанализируем результативность рекламной деятельности бакалавров направления подготовки

«Педагогическое образование» (с двумя профилями подготовки). Количество участников исследования: 20 студентов из 25 общего числа третьекурсников филологического факультета СВФУ. Гендерный состав: 16% юношей, 84% девушек. Так, 11–16 января 2019 г. студенты получили задание разработать буктрейлер для продвижения книги среди обучающихся основной школы [15]. Главными целями исследования продуктов рекламной деятельности студентов стали включение обучающихся в творческий процесс, мотивирующий их читательскую активность, формирование профессиональных навыков учителей – мотиваторов и организаторов читательской деятельности школьников. Испытуемые были ознакомлены с основными требованиями, предъявляемыми к буктрейлеру, прошли анкетирование по выявлению их читательского интереса. Результаты которого показали, что большинство опрошенных (90%) уделяет чтению значительное внимание. Особый интерес у студентов вызывает современная литература, произведения научно-фантастического жанра, детективы. Стоит отметить, что у современной молодежи развито также и аудиовизуальное восприятие: 12 респондентов (60%) используют аудиокниги в своем образовании. Большинство опрошенных считают, что интерес к чтению должен закладываться в детстве, с младшего возраста нужно начинать прививать любовь к книге, также поднятию престижа чтения служит реклама и агитация в средствах массовой информации.

Далее группой студентов были созданы буктрейлеры – рекомендации книг для учащихся основной школы. Для работы были выбраны следующие произведения: «Толстый и тонкий» А.П. Чехова, «Юшка» А.П. Платонова, «Робинзон Крузо» Д. Дефо, «Алиса в стране чудес» Л. Кэрролл, «Вафельное сердце» М. Парр, «Облачный полк» Э. Веркина, «Сахарный ребенок» О. Громовой.

Используя классификацию Дарси Пэттисон, [16], мы разделили созданные буктрейлеры на следующие категории:

- по содержанию: повествовательные (ориентированы на сюжет) – буктрейлеры к произведениям «Юшка», «Алиса в стране чудес», «Облачный полк»; «атмосферные» (передающие настроение и эмоции читателя) – буктрейлеры к произведениям «Тонкий и толстый», «Вафельное сердце»; концептуальные (трансляция ключевой идеи) – буктрейлеры к произведениям «Робинзон Крузо», «Сахарный ребенок».

- по способам визуализации: игровые (минифильм по книге) – буктрейлеры к произведениям «Тонкий и толстый», «Юшка», «Вафельное сердце»; неигровые (набор слайдов с цитатами, иллюстрациями, рисунками, фотографиями и т. п.) – буктрейлер к произведению «Облачный полк», анимационные (мультфильм по книге) – буктрейлеры к произведениям «Робинзон Крузо», «Алиса в стране чудес», «Сахарный ребенок».

Поподробнее остановимся на некоторых работах. Буктрейлер к произведению «Юшка» А. Платонова построен по сюжету рассказа и описывает судьбу главного героя. Резкие переходы и повторяющиеся загромождения позволяют полностью удержать внимание зрителя. Цветовая гамма – темная, что эмоционально подготавливает будущего читателя к восприятию произведения о тяжелой жизни мальчика. Составлено качественное звуковое сопровождение (звуки карет, дождя, работы кузнецов), помогающее глубже погрузиться в атмосферу рассказа. Из недостатков можно отметить продолжительность видео – 55 сек., за такой промежуток времени авторы не сумели в полной мере раскрыть «собственную» историю, а больше ориентировались на сюжет рассказа.

Буктрейлер произведения М. Парр «Вафельное сердце», в отличие от ранее рассмотренного, выполнен в ярких и красочных тонах, что будет приятнее для восприятия учеников среднего школьного звена. Он на-

правлен на создание и передачу настроения произведения и эмоций читателя. Быстрая смена кадров, короткие реплики и простота языка передают авторский стиль. Реплика главного героя «Но однажды, случилось то, что перевернуло весь наш мир...» и открытый финал вызывают у зрителя желание узнать, что произошло дальше. Существенным недостатком данной работы можно назвать подбор актеров. Некоторые внешние признаки актеров не соответствуют образам героев произведения, это в какой-то степени может мешать нужному восприятию последующего прочтения.

Таким образом, создание буктрейлеров развивает творческие способности студентов, умение работать в команде, формирует «масштабные» компетенции в различных областях знания. Однако не всегда хорошо созданный буктрейлер является признаком качества прочтения книги. Встречались работы, в которых присутствовали штампы читательского восприятия, интерпретации текстов не всегда совпадали с авторским словом. Студенты забывали о том, что в буктрейлер – это «тизерная реклама», которая должна «шокировать, увлекать видеорядом, неожиданными решениями» [17]. Несмотря на перечисленные трудности творческие работы студентов позволили «увидеть в художественном произведении источник самообразования и самосовершенствования на основе нравственного опыта человечества» [18], раскрыть взаимосвязь их читательской активности и литературных предпочтений, а также возможность приобщить к чтению обучающихся основной школы.

Выводы исследования и перспективы дальнейших изысканий данного направления.

Образовательная ценность данного дидактического средства несомненна. Создание качественного визуального продукта невозможно без вдумчивого прочтения книги, без «восторга сочинительства» [19, с. 199]. Однако, учитывая новые информационные реалии, необходимо помнить о том, что при создании буктрейлера исказить авторскую позицию, фактических ошибок допустить нельзя, иначе визуальное воплощение обернется «текстовым развоплощением» [20, с. 19]. В связи с техническим и информационным прогрессом образование нуждается в новых методах и средствах. На наш взгляд, как создание, так и просмотр буктрейлеров являются новым и интересным средством для активизации читательского интереса студентов. Преимущества буктрейлеров заключаются в их краткости, яркости и информативности. Сложность использования данного средства заключается в том, что во время создания буктрейлеров важно дать объективную оценку произведению, не заменяя ее личным восприятием. Созданные во время данного исследования буктрейлеры могут быть использованы в образовательной деятельности, во время педагогических практик, размещены в общем доступе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гендина Н.И. Формирование информационной и медиаграмотности в условиях информационного общества: новая инициатива ЮНЕСКО и проблемы российского информационного образования // Информационная грамотность и медиаобразование. 2012. №1. С.140-161.
2. Cordes S. Broad horizons: The role of multimodal literacy in 21st century library instruction // In World library and information congress: 75th IFLA general conference and assembly «Libraries create futures: Building on cultural heritage» (23-27 August 2009, Milan, Italy). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ifla.org/past-wlic/2009/94-cordes-en.pdf> (дата обращения 05.05.2019).
3. Волкова Н.В. Буктрейлер как «визуальное эссе» в контексте формирования читательского интереса // Культура. Духовность. Общество. 2015. №16. С. 209-123.
4. Якина Л.Н. Буктрейлер – культурное явление? // Человек в мире культуры. 2014. №1. С.42-45.
5. Всероссийский конкурс буктрейлеров. [Электронный ресурс]. URL: <http://sila-mesta.ru/contests/vserossijskij-konkurs-buktrejlerov/> (дата обращения: 10.04.2019).
6. Щербинина Ю.В. Смотреть нельзя читать: буктрейлерство как издательская стратегия в современной России // Вопросы литературы. 2012. №3. С. 146-166.
7. Мохунь О.А. Буктрейлер как инновационное средство повышения интереса чтения у школьников // Обучение русскому языку и литературе: формы, методы, инновации: Сб. материалов III

Всероссийской научно-методической конференции. 2016. С. 76-80.

8. Dimova M., Slavova-Petkova S., Luchev D. Models of digital book trailers and applications of digital storytelling approach for educational purposes // Digital Presentation and Preservation of Cultural and Scientific Heritage. 2018. №8. С. 197-206

9. Ibarra-Rius N., Ballester-Roca J. Digital storytelling in teacher training: Development of basic competences, creativity and multimodal literacy through book trailers (Book Chapter) // Teaching Language and Teaching Literature in Virtual Environments. 2018. С. 241-254.

10. Aliagas-Marín, C., Margallo, A.M. Digital storytelling, book trailers and literacy competence in initial teacher education (Book Chapter) // Storytelling and Education in the Digital Age: Experiences and Criticisms. 2016. С. 89-107.

11. ФГОС высшего образования по направлению подготовки 44.03.05 «Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)». [Электронный ресурс]. URL: <http://fgosvo.ru/uploadfiles/fgosvob/440305.pdf> (дата обращения: 08.04.2019).

12. Волкова Н.В. Буктрейлер как «визуальное эссе» в контексте формирования читательского интереса // Культура. Духовность. Общество. 2015. №16. С. 209-123.

13. Всероссийский конкурс буктрейлеров. [Электронный ресурс]. URL: https://pl.spb.ru/news/index.php?ELEMENT_ID=1701 (дата обращения: 08.04.2019).

14. Гипертекстовый словарь методических терминов. [Электронный ресурс]. URL: <https://ht-lab.ru/knowledge/dictionaries/gipertekstovyy/> (дата обращения: 10.04.2019).

15. ФГОС основного общего образования. [Электронный ресурс]. URL: <https://fgos.ru> (дата обращения: 08.01.2019).

16. Водолазская С. Буктрейлер как способ визуальной коммуникации через видеохостинги // Инновации в науке. 2015. №46. С. 75-79.

17. Плохотник Т.М. Новое блюдо библиотечной кухни. Буктрейлер подан // Библиотечное дело. 2012. № 6. С. 20-22.

18. Development of positive motivation for reading in university students // Revista Espacios. Sociacion de Profesionales y Tecnicos del CONICIT. 2018. С. 32-44.

19. Романичева Е.С., Пранцова Г.В. От «тихой радости чтения» – к восторгу сочинительства: монография. М.: Библиомир, 2017. 232 с.

20. Щербинина Ю.В. Буктрейлеры в школьной практике преподавания литературы // Тексты новой природы в образовательном пространстве современной школы: Сб. материалов VIII международной научно-практической конференции «Педагогика текста», Санкт-Петербург, 21 октября 2016 г. / Под редакцией Т.Г. Галактионовой, Е.И. Казаковой. Санкт-Петербург: Издательство «ЛЕМА». 2016. С.17-20.

Статья поступила в редакцию 14.05.2019

Статья принята к публикации 27.08.2019